

dd.vg...



IMPRESSUM

Herausgeber: Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH,
Uhlandstraße 175, 10719 Berlin

Projektleitung: ASK.Berlin

Layout: ASK.Berlin

Bildnachweise: S. 8, 9, 10, 11 freepik.com, S. 16 AdsD/FES: FB059826, FA009330, FB002511, FB002567, Archiv/FES: Social-Demokrat, Der Volksstaat, Vorwärts, S. 17 wikipedia.org/Sozialistengesetz, AdsD/FES: FB004148, FA028217, FA007439, FA038215, FB053474, FA008671, Archiv/FES: Leipziger Volkszeitung, S. 18 AdsD/FES: FA006655, FB000169, FB002144, Archiv/FES: Neuer Vorwärts, S. 19 AdsD/FES: FB004942, Archiv/FES: Arno Scholz und Paul Löbe, wikipedia.org/Telegraf, S. 20 Archiv/FES: Godesberger Programm, AdsD/FES: FB005601, FA024873, ddvg Geschäftsbericht 2000, S. 21 wikipedia.org/Telegraf, S. 22 Exß/Bildagentur-online/Alamy Stock Foto, Stefan Kiefer/Alamy Stock Foto, wikipedia.org/Frankfurter Rundschau, IMAGO/teutopress, S. 23 IMAGO / brennweiteffm, Sirius1717/Alamy Stock Foto, wikipedia.org/Frankenpost, Bayernkurier/heha, arda savascioğulları/Alamy Stock Foto, , S. 9 Unsplash (AbsolutVision), S. 20 Claudia Jacquemin, S. 21 Madsack GmbH & Co. KG, Neue Westfälische GmbH & Co. KG, wikipedia.org/Cuxhaven-Niederelbe, S. 22 Utopia.de, Avocadostore

GESCHÄFTSBERICHT 2023

DAS JAHR IM ÜBERBLICK

Editorial	5
Übersicht Beteiligungen	7
Bilanzposten und -kennziffern	8
Erläuterungen zur Bilanz	9
Erläuterungen zur Erfolgsrechnung	10
Wirtschaftliche Entwicklung	12
Unternehmensverfassung	15
ddvg Zeitleiste 1863–2023	16

EDITORIAL

Das Geschäftsjahr 2023 wurde – wie das Vorjahr – maßgeblich von den ökonomischen Auswirkungen des russischen Angriffskriegs gegen die Ukraine bestimmt. Insbesondere verharnte infolge der durch den Krieg ausgelösten ökonomischen Krise die Inflationsrate auf hohem Niveau: Nach 7,9% im Vorjahr stiegen die Verbraucherpreise im Berichtsjahr um 5,9%¹. Zum Jahresende zeigte sich allerdings eine gewisse Entspannung bei der Preisentwicklung.

Die unbefriedigende wirtschaftliche Entwicklung im Berichtsjahr hat sich in der Branche des Kernportfolios der ddvg erneut negativ ausgewirkt. Die Medienhäuser mussten einen Rückgang der Werbeumsätze in Höhe von 7% verkraften. Insbesondere die Stellenmärkte hatten deutliche Verluste zu verzeichnen. Der Anteil des vergleichsweise stabilen Lesermarktes an den Umsätzen der Verlage ist aufgrund der Schwäche des Werbemarktes auf ein Allzeithoch von 75% gestiegen².

Das Niveau der Vertriebsumsätze konnte nur gehalten werden, weil die Verlage sehr ambitionierte Preissteigerungen für Printabonnements vorgenommen haben. Aufgrund der inflationsbedingt höheren Preissensitivität in der Bevölkerung waren bei derartigen Schritten allerdings spürbare weitere Verluste von Abonnements unvermeidbar. Entsprechend setzte sich der seit 2022 verstärkte Abrieb von Printabonnements fort: Rund 9% betrug der Rückgang im Jahr 2023 bei den regionalen Abo-Zeitungen³. Der ebenfalls in einer Größenordnung von 9% erreichte Anstieg von E-Paper-Abos konnte die Auflagenrückgänge bei den Printprodukten nicht kompensieren, da er von einem deutlich geringeren Niveau (und zu spürbar geringeren Preisen) erfolgte.

Der gleichwohl erfreuliche Anstieg der E-Paper-Abonnements zeigt aber, dass es immer besser gelingt, Print-Abo-

bezieher*innen für die digitalen Produkte der regionalen Medienhäuser zu begeistern (auch weil diese deutlich günstiger angeboten werden können als die Printausgaben): Die Zahl der E-Paper-Abos bei den Regionalzeitungen erreichte Ende 2023 fast die Marke von 1,5 Mio. Da der Deckungsbeitrag eines E-Papers dem eines Print-Produkts in der Regel deutlich überlegen ist, ist dies für die Verlage eine wirklich gute Nachricht.

Beispielhaft für ein erfolgreiches Umsteuern auf eine digitale Verbreitung ist sicherlich das Projekt der Umstellung der Prignitzer Teilausgabe der Märkischen Allgemeinen (Madsack Mediengruppe) auf eine rein digitale Ausgabe im Oktober 2023. Mit einem neuen Redaktionskonzept und einem intensiven Austausch mit Leser*innen und Stakeholdern in der Region ist es letztlich nicht nur gelungen, fast zwei Drittel der bisherigen Abonnent*innen für einen Wechsel auf das E-Paper zu gewinnen, sondern über das Plus-Abo und Newsletter-Angebote die Zahl der Kundenbeziehungen in der Region deutlich zu steigern. Auf dieser Basis konnten von Madsack in weiteren Regionen Westbrandenburgs ähnliche Schritte erfolgreich unternommen werden.

Aufgrund der Kosten der Zustellung für Printprodukte (und der damit einhergehenden schlechteren Deckungsbeiträge der Printauflagen) werden in der Branche derartige Projekte mit sehr großem Interesse verfolgt.

An diesem Beispiel zeigt sich, dass der konsequente(re) Kurs der digitalen Transformation erste Erfolge bringt. Es ist zu hoffen, dass solche Teilerfolge Mut machen, die Änderungsprozesse in den Medienhäusern nochmals zu beschleunigen. Dies ist dringend nötig, denn die Geschwindigkeit des digitalen Wachstums reicht noch immer nicht aus, um die absehbaren Printverluste auszugleichen.

¹ Pressemitteilung des Statistischen Bundesamts vom 16.01.2024
https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/01/PD24_020_611.html

² BDZV-Bericht: So lief das Jahr 2023 für die deutschen Zeitungen
<https://www.bdzv-relevant.de/bdzv/bdzv-bericht-so-lief-2023-fuer-die-deutschen-zeitungen/>

³ BDZV-Bericht: So lief das Jahr 2023 für die deutschen Zeitungen
<https://www.bdzv-relevant.de/bdzv/bdzv-bericht-so-lief-2023-fuer-die-deutschen-zeitungen/>

Solange die notwendige Geschwindigkeit noch nicht erreicht ist, werden weiter Kostenthemen auf der Tagesordnung stehen, aber auch verlagsübergreifende Kooperationen bis hin zu Übernahmen und Zusammenschlüssen gehören zu den strategischen Antworten der Verlagshäuser. Letztlich müssen aber nicht nur die bisherigen Printabonnent*innen für die Angebote der Verlage begeistert werden, sondern es ist notwendig, verstärkt Mitglieder jüngerer Generationen als Kund*innen zu gewinnen. Nur so können das Digitalgeschäft und die Transformation auf der Umsatzseite erfolgreich bewältigt werden. Neben relevantem Journalismus benötigen die Verlage hierfür auch die (digitalen) Formate, um ihre potenziellen Kund*innen angemessen ansprechen und erreichen zu können. Statt wie früher lediglich ein Produkt, nämlich die gedruckte tägliche Zeitung zu fertigen, geht der Trend hin zu unterschiedlichen Ausspielformen mit Personalisierung und völlig unterschiedlichen Informationstiefen ohne determinierte Redaktionsschlüsse. Es wird sich aber nicht nur die Art und Weise ändern, in der Rechercheergebnisse und Services die Kundinnen und Kunden erreichen. Zur Rolle der lokalen Medien gehört es auch mit den lokalen Gemeinschaften im Dialog zu stehen und lokale Belange zu moderieren. Dies war zu reinen Printzeiten selbstverständliche Aufgabe der Zeitung und bedarf nun eines zeitgemäßen neuen Ansatzes.

Die Aufgabe, ein immer vielseitigeres Produktportfolio zu managen und dabei den Markenkern „vertrauenswürdig“ des regionalen Medienhauses zu wahren, verlangt

einen tiefgreifenden Wandel der Arbeitsweise der Medienhäuser und eine Organisationsform und Führungskultur in Verlagen und Redaktionen, die den Wandel fördert und steuert.

Kurzum: Die digitale Transformation ist nochmals anspruchsvoller geworden.

Bereits in 2023 angelegt, aber erst im Jahr 2024 umgesetzt wurden zwei Portfolioentscheidungen, die sich noch nicht im hier vorgelegten Zahlenwerk wiederfinden: Einerseits wurden 50,1% der bisher zu 100% gehaltenen Anteile an der Avocados Store GmbH an die „The Platform Group GmbH&Co KG“ veräußert.

Von größerem Gewicht sowohl für die ddvg als auch für deren gewichtigstes Asset, die Beteiligung an der Madsack Mediengruppe (MMG), ist sicherlich der Verkauf des 40%igen Anteils an der DDV-Mediengruppe (Dresden) an die MMG. Dieser Schritt erfolgte im Zuge der Veräußerung des 60%igen Mehrheitsanteils an der DDV-Mediengruppe durch (mittelbar) Bertelsmann (ebenfalls an die MMG). Somit hält die MMG nunmehr 100% an der DDV-Mediengruppe und hat sich damit erneut als aktivster Konsolidierer im Segment der deutschen Regionalverlage positioniert.

Matthias Linnekugel
Geschäftsführer
im Dezember 2024

**Die Zahl
der E-Paper-Abos
bei den Regionalzeitungen
erreichte Ende 2023
fast die Marke
von 1,5 Mio.**

ÜBERSICHT BETEILIGUNGEN

REGIONALVERLAGE / VERLAGSGRUPPEN

- Oliva Druck- und Verlagsgesellschaft mbH mit 100%: ist mit 32,5 % an der Cuxhaven-Niederelbe Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG beteiligt („Cuxhavener Nachrichten“, „Niederelbe Zeitung“)
- Presse-Druck GmbH mit 100%: ist mit 100% an der Zeitungsverlag Neue Westfälische GmbH & Co. KG beteiligt („Neue Westfälische“)
- DDV Mediengruppe GmbH & Co. KG mit 40% („Sächsische Zeitung“, „Morgenpost Dresden + Chemnitz“, „Tag24.de“)
- Frankenpost Verlag GmbH mit 35% („Frankenpost“): ist mit 65% an der Nordbayerischer Kurier Zeitungsverlag GmbH beteiligt („Nordbayerischer Kurier“)
- Suhler Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG mit 30% („Freies Wort“, „Südthüringer Zeitung“, „insuedthueringen.de“)
- Druck- und Verlagsanstalt „Neue Presse“ GmbH mit 30% („Neue Presse Coburg“)
- Verlagsgesellschaft Madsack GmbH & Co. KG mit 23,1% (u. a. „Hannoversche Allgemeine“, „Neue Presse Hannover“, „Leipziger Volkszeitung“, „Dresdner Neueste Nachrichten“, „Kieler Nachrichten“, „Lübecker Nachrichten“, „Ostsee-Zeitung“, „Göttinger Tageblatt“, „Märkische Allgemeine“, rmd.de“)

GREEN LIFESTYLE

- GLG Green Lifestyle GmbH mit 100%: ist mit 100% an der Avocado Store GmbH, mit 73,16 % an der Utopia GmbH sowie mit rund 77,1%* an der ÖKO-TEST AG („ÖKO-TEST Magazin“) beteiligt

* inklusiver von der ddvg direkt gehaltener Aktien

SERVICE

- ASK Agentur für Sales und Kommunikation GmbH mit 100%
- Berliner vorwärts Verlagsgesellschaft mbH mit 100% („vorwärts“, „Demokratische Gemeinde“)
- FFR Ferien-, Freizeit-, Reiseservice GmbH mit 100%
- IMAGE Ident Marketinggesellschaft mbH mit 100%
- Office Consult GmbH mit 100%
- vorwärts: buchhandlung + antiquariat GmbH mit 20%

WEITERE BETEILIGUNGEN

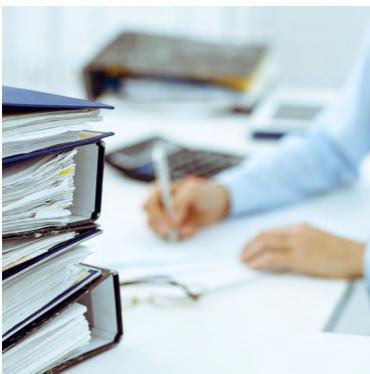
- TP Publishing GmbH (100%) (ohne Geschäftsbetrieb)
- dd_vg. Rundfunkbeteiligungsgesellschaft mbH mit 100%: ist mit 9,2% an der Rheinland-Pfälzischen Rundfunk GmbH & Co. KG beteiligt
- Dräger + Wullenwever print + media Lübeck GmbH & Co. KG mit 100%
- Wullenwever print + media Lübeck GmbH mit 100%
- SEGU GmbH mit 10%
- trediton GmbH mit 9,9%

BILANZPOSTEN UND -KENNZIFFERN

	2023	2022
Jahresüberschuss / -fehlbetrag (in Mio. Euro)	2,9	3,5
Betriebsergebnis / EBITDA (in Mio. Euro)	3,7	6,8
Eigenkapital (in Mio.)	59,5	60,8
Eigenkapitalquote	63,4%	61,3%
Bilanzsumme (in Mio. Euro)	93,8	99,1
Anlagendeckungsgrad*	86,4%	85,6%
Eigenkapitalrendite nach Steuern	4,9%	5,8%
Gesamtkapitalrendite nach Steuern	3,1%	3,5%
Cashflow aus Investitionstätigkeit (in Mio. Euro)**	6,8	14,2
Verbindlichkeiten ggü. Kreditinstituten (in Mio. Euro)	0,0	0,0

* langfristiges Kapital / langfristig gebundenes Vermögen

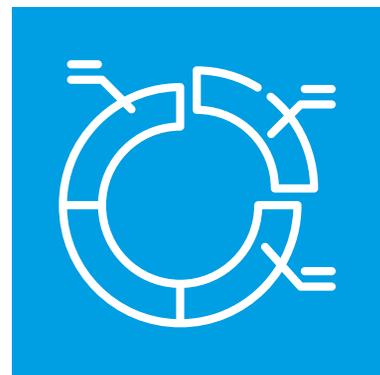
** gemäß DRS 21



Statt wie früher
lediglich ein Produkt,
nämlich die gedruckte
tägliche Zeitung zu
fertigen, geht der Trend
hin zu unterschiedlichen
Auspielformen.

ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ

Aktiva (in Mio. Euro)	2023	2022	
Anlagevermögen	74,2	76,3	
Im Wesentlichen: Sachanlagen / Imm. Vermögensgegenstände	0,2	0,2	
Anteile an Verbundenen Unternehmen	21,0	21,0	
Beteiligungen	39,5	41,1	Wertanpassungen
Ausleihungen	13,5	14,0	laufende Rückzahlung
Umlaufvermögen	19,6	22,8	
Im Wesentlichen: Forderungen gegenüber Verbundenen Unternehmen	12,2	7,7	Anstieg durch Verrechnung einer Gewinnausschüttung
Forderungen gegenüber Beteiligungsunternehmen	2,1	1,5	Vergabe eines Darlehens an eine neue Beteiligungsgesellschaft
Bankguthaben	3,5	10,2	
Sonstige Vermögensgegenstände	1,8	3,4	Forderungen gegenüber dem Finanzamt aus Körperschaftsteuerguthaben
Bilanzsumme	93,8	99,1	



ERLÄUTERUNGEN ZUR ERFOLGSRECHNUNG

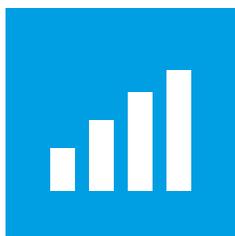
Passiva (in Mio. Euro)	2023	2022	
Eigenkapital	59,5	60,8	
Stammkapital	36,0	36,0	
Gewinnvortrag	20,6	21,3	Der Gewinnvortrag ist gesunken da ein Teil des Gewinnvortrags ausgeschüttet wurde. Die Gewinnausschüttung an die Gesellschafterin betrug 4,2 Mio. €.
Jahresüberschuss	2,9	3,5	
Rückstellungen	5,2	5,6	
für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	4,6	4,6	
Steuerrückstellungen	0,1	0,8	Stand der Steuerrückstellung für 2021.
Sonstige Rückstellungen	0,5	0,3	Rückstellung für ein Archivierungsprojekt.
Verbindlichkeiten	29,1	32,7	
aus Lieferungen und Leistungen	0,3	0,1	
gegenüber Verbundenen Unternehmen	12,3	12,0	
gegenüber Beteiligungsunternehmen	6,2	8,4	Rückgang aufgrund von Verrechnung von Gewinnausschüttungen sowie der allgemeinen Ergebnisentwicklung.
Sonstige Verbindlichkeiten	10,4	12,2	Rückführung von Gesellschafterdarlehens
Bilanzsumme	93,8	99,1	



Der konsequente(re)
Kurs der digitalen
Transformation
bringt erste Erfolge.

ERLÄUTERUNGEN ZUR ERFOLGSRECHNUNG

Erfolgsübersicht (in Mio. Euro)	2023	2022	
Umsätze / Betriebliche Erträge	0,4	0,4	
Beteiligungsergebnis	7,1	9,3	
Personalaufwendungen	-1,5	-1,4	
Beraterhonorare	-0,7	-0,6	Die Kosten für externe Berater haben sich stabilisiert
Sonstige Aufwendungen	-1,6	-1,0	Anstieg für Repräsentationskosten, Spenden und IT-Kosten
Betriebsergebnis / EBITDA	3,7	6,8	
Abschreibungen	-0,1	-0,1	
Finanzergebnis	0,2	-2,4	Notwendige Wertberichtigung von Bilanzansätzen werden durch den Anstieg des allgemeinen Zinsniveaus ausgeglichen.
Steuern	-0,9	-0,8	
Jahresüberschuss	2,9	3,5	



WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG

BETEILIGUNGSGESELLSCHAFTEN NACH SPARTEN

Die Regionalverlage im Portfolio der ddvg wurden durch die schlechte Konjunkturentwicklung und die recht hohe Inflationsrate weiter vor große Herausforderungen gestellt, die die Transformation im Zuge der Medienstrukturkrise erschwert haben. Die Kosten für Papier haben sich gegenüber den durch den Angriffskrieges Russlands gegen die Ukraine verursachten extremen Steigerungen im Vorjahr wieder auf ein Normalmaß eingependelt. Die Logistik- und Energiekosten blieben aber auf kriegsbedingt hohem Niveau. Der seit 2022 inflationsbedingt verstärkte Verlust an Printauflage setzte sich auch im Berichtsjahr fort und konnte vom Wachstum bei den digitalen Produkten noch nicht kompensiert werden.

REGIONALVERLAGE / VERLAGSGRUPPEN

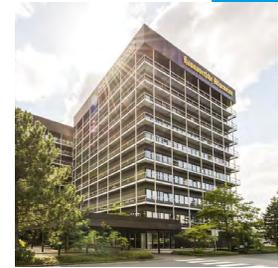
— Die **DDV Mediengruppe GmbH & Co. KG** (Sächsische Zeitung, Morgenpost Sachsen/TAG24.de) blickt erneut auf ein sehr durchwachsendes Geschäftsjahr zurück: Zwar konnten die von der Pandemie stark beeinträchtigten Geschäftsfelder (Tourismus, Events, Messen) ggü. dem Vorjahr stark zulegen und liegen zu großen Teilen schon wieder auf dem Vor-Krisenniveau. Andererseits haben die schlechten ökonomischen Rahmenbedingungen die strukturellen Rückgänge des ohnehin unter Druck befindlichen Verlagsgeschäfts noch einmal verstärkt. Dies betrifft sowohl den Werbemarkt im Print als auch den Lesermarkt. Zusätzlich wirkten sich die mehrheitliche Übernahme der defizitären City-Post-Gruppe im Chemnitzer Direktionsbezirk, einem wichtigen Kooperationspartner der Post Modern Dresden, sowie der Verlust eines großen Zustellauftrages im Prospekt- und Anzeigenblattmarkt negativ auf die Ergebnissituation der Unternehmensgruppe aus. Das Postgeschäft war im Geschäftsjahr 2023 besonders stark rückläufig, weil strukturell sinkende Briefmengen diesmal nicht durch größere Sonderaktionen der Postkunden kompensiert werden konnten.

Digital ist es gelungen, dem Druck aus dem Printgeschäft entgegenzuwirken: Das Nachrichtenportal Sächsische.de der Sächsischen Zeitung konnte mit seinem Paid-Content-Modell die Abonnement-Zahl 2023 weiter steigern. Das digitale Wachstum reichte aber immer noch nicht aus, um den Abrieb des Printgeschäfts auszugleichen. Das rein werbefinanzierte Newsportal TAG24 steigerte den Umsatz erneut deutlich. Das Ergebnis von TAG24 fällt gleichwohl leicht geringer aus als im Vorjahr, weil weiter in den Ausbau des Portals investiert wird.

Neben den geschilderten Markttendenzen war die Mediengruppe unverändert mit einem Kostenauftrieb konfrontiert, einerseits inflationsbedingt und andererseits aufgrund der weiteren Anhebung des gesetzlichen Mindestlohns. Die seit Beginn des russischen Krieges gegen die Ukraine angespannte Situation im Papierbeschaffungsmarkt hat sich hingegen 2023 deutlich verbessert, und die Preise waren deutlich rückläufig. Analog dem Vorjahr hatte die Unternehmensgruppe Sondereffekte in einer Größenordnung von –2 Mio. € zu verkraften, darin enthalten sind eine Inflationsausgleichszahlung an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Gruppe sowie Aufwendungen für mittelfristig angelegte Restrukturierungsmaßnahmen. Letztlich wurde das Geschäftsjahr nicht zuletzt aufgrund der oben genannten, weiteren Belebung einer Vielzahl der Geschäftsfelder nach der Pandemie (Reise-, Tourismus- und Messegeschäft) mit einem um 10% höheren konsolidierten Gruppenumsatz abgeschlossen. Das Ergebnis war hingegen rückläufig. Anfang 2024 wurde die DDV Mediengruppe GmbH & Co. KG an die Mediengruppe Madsack (MMG) veräußert, die alle Voraussetzungen mitbringt, um durch Einbindung in die Gruppe das Unternehmensergebnis nachhaltig zu verbessern und die digitale Transformation weiter voranzutreiben.

Bündelt viele Kompetenzen: das Haus der Presse in Dresden



Verlagsgebäude der
Madsack Mediengruppe

Das Geschäftsjahr der **MADSACK Mediengruppe** war geprägt von der Fokussierung auf die digitale Transformation des journalistischen Kerngeschäfts und die aktive Konsolidierung des regionalen Zeitungsmarktes. Es ist auch im zurückliegenden Geschäftsjahr gelungen, neue Partnerverlage für das RedaktionsNetzwerk Deutschland (RND) zu gewinnen – zum Jahresende 2023 lag die Zahl bereits bei über 70 Partnertiteln, die ihrerseits sowohl von der journalistischen und verlagsseitigen Kompetenz des RND als auch von den wirtschaftlichen Effizienzgewinnen profitieren, die mit einer Partnerschaft einhergehen. Die volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Deutschland blieben indes mehr als herausfordernd. Die Rezession – im Jahr 2023 war das deutsche Bruttoinlandsprodukt preisbereinigt um 0,3 Prozent niedriger als im Vorjahr – führte zu einer erheblichen Zurückhaltung im Werbemarkt und einer deutlichen Kaufzurückhaltung bei den Privathaushalten, was die ohnehin strukturell sinkende Nachfrage im Lesermarkt beim Vertrieb von Printabonnements noch einmal deutlich verschärfte. Daher gelang es auch nur teilweise, die so entstehenden Verluste durch Zuwächse im digitalen Vertriebsgeschäft zu kompensieren. Trotz dieser mehr als herausfordernden Gesamtsituation konnte die MADSACK Mediengruppe ihre wirtschaftliche Stabilität unter Beweis stellen. Die Umsatzerlöse im Gesamtkonzern lagen bei 747,1 Mio. €, während das operative Ergebnis (modifiziertes EBITDA) bei 67,3 Mio. € lag. Besonders die digitalen Erlöse spielten weiterhin eine wichtige Rolle: Der Anteil der Digitalerlöse am publizistischen Kerngeschäft konnte erneut erfolgreich gesteigert werden, nämlich von 13% im Jahr 2022 auf 19% im Jahr 2023. Die Zahl der Digitalabonnements lag Ende 2023 bei 228.121 Abonnements (Plus-Abos und E-Paper-only-Abos) – sie ist ein weiterer Beleg für den Erfolg der digitalen Ausrichtung.

Die ungünstige Konjunktorentwicklung zeigte sich auch im Geschäftsverlauf der **Mediengruppe Neue Westfälische**. Obwohl der lokale Werbemarkt sich stabil entwickelte, belasteten rückläufige Erlöse insbesondere im Stellenmarkt das Gesamtergebnis. Bei den Radiobeteiligungen machte sich der Rückgang der landesweiten Vermarktungserlöse negativ bemerkbar. Die bereits in den Vorjahren zu beobachtenden Entwicklungen im Vertriebsmarkt setzten sich 2023 fort. Während die Print-Auflagen der Titel „Neue Westfälische“ und „Haller Kreisblatt“ weiter zurückgingen, wuchs die Zahl der E-Paper-Abonnements sehr dynamisch. Auch im Bereich der reinen Web-Abonnements verlief das Wachstum planmäßig. Das E-Paper wurde durch zusätzliche Leistungen, wie etwa die stark veränderte Sonntagsausgabe, deutlich aufgewertet.



Das E-Paper der „Neuen Westfälischen“ – die digitale Zeitung

Die Vorbereitungen für einen Umzug des Unternehmens in ein zeitgemäßes und an digitalen Arbeitsabläufen orientiertes Verlagsgebäude wurden im Jahr 2023 abgeschlossen. Im Bielefelder Stadtzentrum soll bis 2026 ein modernes Bürohaus entstehen, das den veränderten Bedürfnissen der Beschäftigten gerecht wird. Der Neubau wird hohe Umwelt- und Nachhaltigkeitsstandards erfüllen und auch energetisch hoch effizient sein. Entsprechende Verträge mit einem Bielefelder Generalunternehmer wurden unterzeichnet und von den Aufsichtsgremien gebilligt.

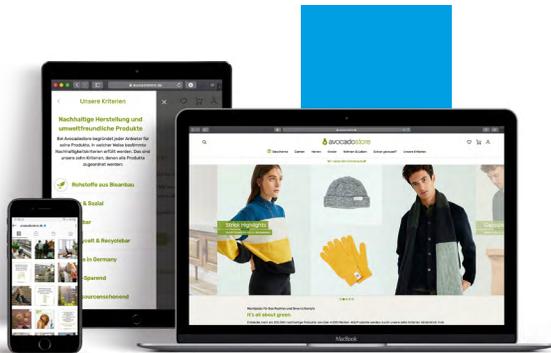
Die **Verlagsgruppe Hof/Coburg/Suhl** hat ebenso wie die Gesamtbranche mit weiterhin schwierigen Konjunkturbedingungen umzugehen, wenngleich die Situation in Südthüringen besonders fordernd war. Ein Stellenmarkt im freien Fall konnte auch durch leichte Zugewinne in der regionalen Vermarktung nicht kompensiert werden. Das Anzeigen- und Beilagengeschäft war im Geschäftsjahr 2023 spürbar rückläufig, was nicht in dem erwarteten Umfang durch digitale Werbeerlöse kompensiert werden konnte. Auch im Vertrieb musste ein deutlicher Auflagenrückgang hingenommen werden, der teilweise durch Preiserhöhung und ein erhebliches Wachstum im digitalen Vertrieb kompensiert werden konnte. Den Einsparungen bei den Herstell- und Personalkosten wirkten höhere Zustellkosten entgegen, ohne aber die Ergebnisentlastung vollständig aufzuzehren. Gerade in Südthüringen wird immer deutlicher, dass die digitale Entwicklung der Verlagsgruppe von existenzieller Bedeutung ist. Die konsequente Umsetzung der eigenen Digitalstrategie zeitigt bereits erste Wirkungen, bleibt aber weiterhin vorrangige Aufgabe im gesamten Unternehmen.

Die **Cuxhaven-Niederelbe Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG** behauptete sich in dem insgesamt schwierigen ökonomischen Umfeld weiterhin bemerkenswert gut. Insbesondere das konsequente Kostenmanagement des Unternehmens hat diese stabile Ergebnisentwicklung ermöglicht, während auf der Umsatzseite die klassischen Anzeigenumsätze weiterhin deutlich unter Druck sind. Die digitalen Erlöse können die Rückgänge im Vertriebs- und Werbemarkt nur teilweise ausgleichen.

GREEN LIFESTYLE

— Die **ÖKO-TEST-Gruppe** hat im Geschäftsjahr wesentliche technische wie organisatorische Grundlagen geschaffen, um die digitale Transformation voranzutreiben und das gesteckte Ziel zu erreichen, mit hochwertigen Testinhalten und top recherchierten Geschichten Deutschlands bedeutendstes Portal für unabhängige Verbraucherinformation und Verbraucheraufklärung zu werden. Obgleich das Marktumfeld weiterhin herausfordernd war, konnte sich die klassische Anzeigenvermarktung auf Vorjahresniveau behaupten. Die Erlöse aus der Lizenzierung des ÖKO-TEST-Labels bleiben weiterhin volatil. So mussten im Geschäftsjahr 2023 deutliche Rückgänge gegenüber Vorjahr hingenommen werden. Die Erlöse aus digitalem Vertrieb und Vermarktung entwickelten sich hingegen sehr positiv und bestätigen die konsequente strategische Neuausrichtung.

— Die wirtschaftlich ungünstigen Rahmenbedingungen – aus Sicht der Konsument*innen sind dies vor allem die stark gestiegenen Lebenshaltungskosten – sorgten in dem Geschäftsjahr dafür, dass **Avocadostore** die negative Entwicklung nicht stoppen konnte. Die sinkende Nachfrage



Avocadostore ist der Online Marktplatz für Eco Fashion und Green Lifestyle.

SERVICE

— Im **Bereich Service** musste auch 2023 ein Verlust hingenommen werden. Während im Werbemittelhandel eine höhere Anzahl an durchgeführten Wahlkampagnen zu gestiegenen Aufträgen und Umsätzen führte, belasteten gestiegene Kosten und Investitionen insbesondere im IT-Bereich das Ergebnis. Mit Blick auf absehbar wachsende Aufgaben im Folgejahr wurde zudem im gesamten Bereich Personal eingestellt.

— Die Erholung des **Tourismusgeschäfts** setzt sich weiter fort. Erstmals konnte bei den Buchungszahlen wieder an die Vor-Corona-Zeiten angeknüpft werden. Die Verbesserung auf der Ergebnisseite muss nun in den Folgejahren eine logische Konsequenz sein.

WEITERE BETEILIGUNGEN

In dem Segment der **weiteren Beteiligungen** konnten die Unternehmen ihre jeweiligen Ergebnisse deutlich verbessern.

Utopia.de – einfach nachhaltiger leben



und ein damit einhergehender niedrigerer Total Trade Value führten zu einem negativen Ergebnis, was die internen Überlegungen verstärkt hat, einen strategischen Investor mit an Bord zu holen.

— Im Geschäftsjahr 2023 entwickelte sich die Reichweite bei **Utopia GmbH** erneut nicht so wie erhofft. Dementsprechend blieben auch die Erlöse aus der Programatischen Vermarktung ebenso wie aus der Eigenvermarktung hinter den Erwartungen zurück. Einsparungen insbesondere bei den direkten Kosten konnten dies teilweise kompensieren. Um das Unternehmen auf ein weiteres Standbein zu stellen, wurde entschieden, den Unternehmensbereich Beratung über die Kommunikationsberatung hinaus auszubauen und um die Themenfelder Strategische Nachhaltigkeitsberatung und Berichterstattung zu erweitern. Da nicht nur Gesetzesinitiativen rund um das Thema CSRD-Berichterstattung immer deutlicher machten, welche Bedeutung das Thema Nachhaltigkeit für Unternehmen aller Branchen gewinnt, war dies ein logischer Schritt in der strategischen Weiterentwicklung des Unternehmens. Es konnte ein sehr erfahrenes Beraterteam gewonnen werden, das unter der Marke SAIM in der 2. Jahreshälfte 2023 begann, das neue Geschäftsfeld aufzubauen. Das Ergebnis der Utopia GmbH wurde zunächst durch diese Anlaufkosten belastet.

UNTERNEHMENS- VERFASSUNG

Als Generaltreuhänder des Vorstandes der SPD ist deren Schatzmeister mit der Verwaltung des Vermögens beauftragt. In dieser Funktion ist er Gesellschafter der ddvg.

Die Geschäftsführung der ddvg arbeitet im Rahmen der Unternehmensverfassung in eigener Verantwortung. Der Aufsichtsrat des Unternehmens überwacht die Geschäftsführung und berät den Generaltreuhänder.

Die Gewinnausschüttungen unterliegen den steuerlichen Vorschriften; Kapitalertragsteuer und Solidaritätszuschlag werden fristgemäß an das Finanzamt abgeführt.

Die vereinnahmten Gewinne werden im Rechenschaftsbericht der SPD nach den Vorschriften des Parteiengesetzes ausgewiesen.

GESCHÄFTSFÜHRUNG:

Matthias Linnekugel

GESELLSCHAFTER:

Dietmar Nietan als Generaltreuhänder* für die Sozialdemokratische Partei Deutschlands

AUFSICHTSRAT:**

Daniel Gahr

Verena Hubertz

Kevin Kühnert (beratend)

Nadja Lüders

Dietmar Nietan (Vorsitzender)

Dr. Katja Pähle

Brigitte Reckmann

Dr. Karl-Peter Schackmann-Fallis

Martin Stadelmaier

Dr. Rainer Zugehör

** Der Generaltreuhänder hält 89,667 % an der ddvg; 10,333 % werden von der Solidarität GmbH gehalten, treuhänderisch für den Parteivorstand der SPD.*

*** Zusammensetzung des Aufsichtsrats im Jahr 2023*

AM ANFANG STANDEN ARBEITERGROSCHEN.

UND DIE ERKENNTNIS: WISSEN IST MACHT.

GRÜNDUNG DES ADAV

Gründung des „Allgemeinen Deutschen Arbeiter-Vereins“ (ADAV), Ferdinand Lassalle in Leipzig.



Ferdinand Lassalle, 1863

18
63



18
64

SOCIAL-DEMOKRAT

Erstes Erscheinen des „Social-Demokrat“, ab 1865 offizielles Organ des ADAV. Der „Social-Demokrat“ erscheint dreimal wöchentlich.



GRÜNDUNG DER SDAP

Gründung der „Sozialdemokratischen Arbeiterpartei“ (SDAP), unter anderem von August Bebel und Wilhelm Liebknecht in Eisenach, mit dem Organ „Der Volksstaat“.



Auf dem Podium v.l.n.r. Adolf Hepner, Wilhelm Liebknecht (mit erhobenem Arm) und August Bebel



18
69

18
74

LOKALE PARTEIBLÄTTER

Der „Ausschuss für Parteipresse“ entscheidet über die Gründung lokaler Parteiblätter.



Sozialdemokratischer Vereinigungsparteitag in Gotha vom 22. bis 27.5.1875

HAMBURG-ALTONAER VOLKSBLATT

Johann Heinrich Wilhelm Dietz wird Leiter des neu gegründeten „Hamburg-Altonaer Volksblatts“.



18 18
75 75

VEREINIGUNG ZUR SAP

Vereinigung von ADAV und SDAP zur „Sozialistischen Arbeiterpartei Deutschlands“ (SAP) in Gotha.

18
76

VORWÄRTS

Erstes Erscheinen des neuen SAP-Zentralorgans „Vorwärts“ in Leipzig.

Die aufgebaute Parteiorganisation wurde zerstört, denn auch Versammlungen waren nicht mehr erlaubt.



SOZIALISTENGESETZ

Erlass des „Gesetzes gegen die gemeingefährlichen Bestrebungen der Sozialdemokratie“ („Sozialistengesetz“) im Oktober 1878. Enteignung fast aller sozialdemokratischen Parteibetriebe, darunter 51 Zeitungen. 2.500 Menschen werden arbeitslos, Vermögenswerte von etwa 100.000 Mark vernichtet. Um der Enteignung zu entgehen, wird die Genossenschaftsdruckerei, die das „Hamburg-Altonaer Volksblatt“ druckt, an Dietz verkauft.

1877

SOZIALDEMOKRATISCHE BLÄTTER

Neben dem „Vorwärts“ existieren weitere 41 sozialdemokratische Blätter.

DER SOZIALDEMOKRAT

Im Züricher (später Londoner) Exil erscheint „Der Sozialdemokrat“, dessen Auflage 1887 in etwa die des „Vorwärts“ vor dem Verbot erreicht.

1878



Wilhelm Blos, 1891

DER WAHRE JACOB

Wilhelm Blos gründet mit Unterstützung von J. H. W. Dietz die Satirezeitschrift „Der wahre Jacob“.

1879

VERLAG J. H. W. DIETZ

Nach seiner Ausweisung aus Hamburg gründet Dietz in Stuttgart den „Verlag J. H. W. Dietz“.

1881

Verlagsgründer Johann Heinrich Wilhelm Dietz, 1863



Führende Mitglieder der Sozialdemokratischen Partei Deutschland (SPD) um 1900

SPD

Die nach dem Auslaufen des Sozialistengesetzes in „Sozialdemokratische Partei Deutschlands“ (SPD) umbenannte Partei verfügt über 60 Zeitungen mit insgesamt 254.000 Abonnenten. Die „Magdeburger Volksstimme“ wird gegründet.

1890

SAP ERSTMALS STÄRKSTE PARTEI

Bei den Reichstagswahlen vom 20. Februar wird die SAP erstmals stärkste Partei (gut 1,3 Mio. Stimmen, 19,8 Prozent).

VORWÄRTS, DAS ZENTRALORGAN

Der „Vorwärts“, das Zentralorgan der SPD, erscheint täglich (bisher drei Mal wöchentlich).

1891



Magdeburger Volksstimme Redaktion



Bruno Schönlink, ca. 1900



1894

LEIPZIGER VOLKSZEITUNG

Die „Leipziger Volkszeitung“ wird gegründet. Chefredakteur wird Bruno Schönlink.

ENTWICKLUNGEN

Die SPD hat 587.000 Mitglieder, die sozialdemokratischen Zeitungen haben insgesamt 1,1 Mio. Abonnenten, im technischen Bereich (Schriftsetzer, Redaktion und Verwaltung) sind knapp 1.500 Personen beschäftigt.



19
08

STÜRMUNG DES VERLAGSGEBÄUDES

Mitglieder des Spartakusbundes stürmen das Verlagsgebäude des „Vorwärts“ in der Berliner Lindenstraße.



Kampf um das Berliner Zeitungsquartier nach der Erstürmung des Vorwärts-Gebäudes in der Lindenstraße

19 19
19 19

REVISION

Eine Revision des Parteivorstands ergibt, dass jedes Parteiunternehmen irgendwann von der Partei mitfinanziert worden ist, insgesamt wurden bis dato 2,4 Mio. Goldmark aufgewendet.

19 19
25 25

ERFOLGE

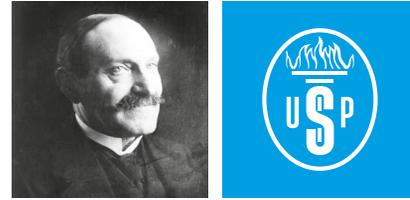
In den folgenden Jahren haben die insgesamt gut 200 sozialdemokratischen Tageszeitungen 1,2 Mio. Abonnenten. Die Gesamteinnahmen der sozialdemokratischen Unternehmen steigen von 1924 bis zur Weltwirtschaftskrise (1929) von 44,9 auf 81,6 Mio. RM. 1929 sind rund 8.000 Männer und Frauen beschäftigt. Im selben Jahr liegen die Einnahmen der SPD bei 95 Mio. RM, die Abführungen der Presseunternehmen (1,05 Mio. RM) machen dabei 9,3 Prozent aus.

ENTEIGNUNG

Nach dem Reichstagsbrand vom 28. Februar werden die bürgerlichen Grundrechte und die Pressefreiheit aufgehoben („Reichstagsbrandverordnung“). Am 10. Mai werden alle sozialdemokratischen Betriebe, Grundstücke, Anlagen, Barmittel enteignet, von dem Gesamtvermögen, ca. 40 Mio. RM, können nur ca. 1,2 Mio. RM (unter Lebensgefahr) in das Exil gerettet werden.

19 19
33 33

Hugo Haase,
Mitbegründer der USPD



SPALTUNG DER ARBEITERGEWEGUNG

Politisch wie wirtschaftlich: Von den insgesamt 94 Parteizeitungen (mit einer Gesamtauflage von 1,4 Mio. Exemplaren) gehen etwa 20 (vor allem in Sachsen und Thüringen) zur USPD über. Die Zahl der Abonnenten nimmt drastisch ab.

NEUES PARTEISTATUT

Das neue Parteistatut legt fest, dass der „jeweilige Parteivorstand [...] Eigentümer aller vorhandenen Gelder und sonstiger Vermögensstücke“ ist (§ 14). Außerdem regelt es den „Werbebeitrag“; ihm zufolge müssen alle Parteiunternehmen 20 Prozent des Gewinns an den Parteivorstand abführen.

USPD & MSPD

Nach der (Wieder-)Vereinigung von USPD und MSPD besitzt die SPD insgesamt 169 Zeitungen und 104 Druckereien.

KONZENTRATION AG

Gründung der „Konzentration AG, Sozialdemokratische Druckerei- und Verlagsbetriebe“ als Dachgesellschaft für alle sozialdemokratischen Parteiunternehmen.

NEUER VORWÄRTS

Am 22. Juni wird die SPD verboten, am 18. Juli erscheint die erste Exilnummer, das Sprachrohr des exilierten SPD-Parteivorstands.



NEUBEGINN

Auf Grundlage des von der Militärregierung am 12. Mai 1945 erlassenen Gesetzes Nr. 191 werden ab Juni Lizenzen für Zeitungen/ Presseorgane vergeben. Gegen den Erhalt von Treuhänderklärungen unterstützt die SPD lizenzierte Zeitungsgründungen finanziell.

Einige so ins Leben gerufene Zeitungen (z. B. die „Frankfurter Rundschau“, die „Süddeutsche Zeitung“ und das „Darmstädter Echo“) verweigern allerdings den Weg zurück in die dezidierte Parteipresse.

WIEDERGRÜNDUNG DER SPD

Noch im Mai beginnt unmittelbar nach der Niederlage Nazi-Deutschlands die Wiedergründung der SPD.

19
45



Parteihaus der SPD Hannover, ca. 1945

PARTEIPRESSE

Kurt Schumacher wird zum Vorsitzenden gewählt. Mitglieder des Parteivorstands werden auch Alfred Nau und Fritz Heine. Beide bemühen sich in den folgenden Jahren um den Wiederaufbau einer starken, aber wirtschaftlich gesunden Parteipresse.

Noch im selben Jahr wird die „Konzentration GmbH – Interessengemeinschaft sozialistischer Wirtschaftsunternehmen“ (wieder-)gegründet.

19 19
46 46

HANNOVERSCHER PRESSE

Am 18. Juli werden die Urkunden für die Lizenz zur Herausgabe der „Hannoverschen Presse“ übergeben, sämtliche Lizenzträger sind Treuhänder der SPD. Bis Anfang der 1960er Jahre wird die HP zur auflagenstärksten Zeitung Niedersachsens, in der Landeshauptstadt erwächst ihr in der „Hannoverschen Allgemeinen Zeitung“ (HAZ) allerdings eine immer stärkere Konkurrenz.

BERLINER TELEGRAF

Am 22. März erhält Arno Scholz (ein ehemaliger Mitarbeiter des „Vorwärts“) die Lizenz zur Herausgabe des Berliner „Telegraf“, dessen Auflage bald bei 550.000 Exemplaren liegt.

19 19
46 46

RHEINISCHE ZEITUNG

Die Lizenz für die „Rheinische Zeitung“ wird erteilt, die Auflage liegt bei 122.000 Exemplaren, Chefredakteure sind Willi Eichler und Heinz Kühn.

Arno Scholz und Paul Löbe, 1953



19
47

SOZIALDEMOKRATISCHE BLÄTTER

In den Westzonen existieren insgesamt 17 sozialdemokratische Blätter mit einer Gesamtauflage von knapp 2,5 Mio. Exemplaren, das entspricht einem Marktanteil von 14 Prozent.

KONKURRENZKAMPF

Die schrittweise Aufhebung der Lizenzpflicht führt zu einem Konkurrenzkampf und Konzentrationschub: Die SPD-nahe Presse verliert fast 40 Prozent ihrer Auflage und mehr als 700.000 Leser.

19 19
49 49

HAMBURGER ECHO

Das „Hamburger Echo“ erreicht eine Auflage von 244.000 Exemplaren. Ab dem 11. September erscheint der „Neue Vorwärts“ in Hannover und am 16. September die erste Ausgabe der „Hamburger Morgenpost“, deren Auflage bis Ende der 1950er Jahre auf 450.000 Exemplare wächst.

WIRTSCHAFTSWUNDER

Mit dem „Wirtschaftswunder“ 1952/53 verbessert sich auch die Situation sozialdemokratischer Presseunternehmen.

19 19
52 53

Auch wenn die überparteilichen Zeitungen immer mehr gelesen werden, sind einzelne sozialdemokratische Titel, wie der Berliner „Telegraf“ und das „Hamburger Echo“, sehr erfolgreich.

GESINNUNGSPRESSE

Der „Neue Vorwärts“ erscheint als „Vorwärts“ nunmehr wöchentlich. Die „Gesinnungspresse“ hat eine Gesamtauflage von knapp 1,4 Mio. Exemplaren (das entspricht einem Anteil von zehn Prozent), insgesamt 1,1 Mio. Abonnenten.



19
55

MAUERBAU

Für den „Telegraf“ bedeutet das, dass Leser und Druckaufträge wegfallen, mit Berliner Ausgaben von „Bild“ und „Die Welt“ entsteht zudem neue Konkurrenz.



19
61

KOOPERATIONEN UND FUSIONEN

Mit Kooperationen und Fusionen, wie die der Bielefelder „Freien Presse“ und der „Westfälischen Zeitung“ zur „Neuen Westfälischen Zeitung“, wird das Prinzip der Gesinnungspresse nach und nach zugunsten eines betriebswirtschaftlichen Primats aufgegeben.



19
67

GRÜNDUNG DER DDVG

Gründung der Deutschen Druck- und Verlagsgesellschaft (ddvg) in Hamburg.



19
71

Im technischen Bereich (Schriftsetzer, Redaktion und Verwaltung) sind knapp 1.500 Personen beschäftigt.

GODESBERGER PROGRAMM

Mit dem Godesberger Programm entwickelt sich die SPD programmatisch von der Klassenpartei zur Volkspartei.

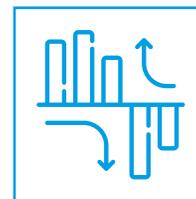


Der SPD-Vorstand während der zum Teil hitzigen Debatte über das Programm

19
59

RENTABILITÄT

Bestes Gesamtergebnis der Konzentration, trotzdem sind die meisten sozialdemokratischen Zeitungen kaum (oder gar nicht) rentabel. Durch Querfinanzierungen droht die Krise auf eigentlich rentable Betriebe überzugreifen.



19
65

ZENTRALISIERUNG

70 Betriebe befinden sich ganz oder teilweise im Eigentum (Beteiligungen) der SPD, darunter 31 Druckereien und 15 Zeitungsverlage. Eine vom Parteivorstand eingesetzte Geschäftskommission erarbeitet Pläne für eine Zentralisierung.



19
70

VERTRIEBS- UND ANZEIGENGEMEINSCHAFT

Die „Neue Hannoversche Presse“ (NHP), hervorgegangen aus der „Hannoverschen Presse“, (HP) und die („bürgerliche“) Hannoversche Allgemeine Zeitung“ (HAZ) bilden eine Vertriebs- und Anzeigengemeinschaft.



VERKAUF DER MEHRHEITSANTEILE

Verkauf der Mehrheitsanteile (86,9 Prozent) an der „Westfälischen Rundschau“ an die bis dahin konkurrierende „Westdeutsche Allgemeine Zeitung“ (WAZ).

WAZ

POSITIVE ERGEBNISSE

Verkauf der Mehrheitsanteile an den (rentablen) Betrieben „Frankenpost“ (Hof) und „Neue Presse“ (Coburg). Die ddvg erwirtschaftet wieder positive Ergebnisse, allerdings beansprucht der „Vorwärts“ im Jahr 1988 einen Subventionsbetrag in Höhe von 40 Prozent der Mitgliedsbeiträge der SPD.



19
72

LETZTE AUSGABE DES BERLINER TELEGRAF

Am 30. Juni erscheint die letzte Ausgabe des Berliner „Telegraf“. Die Auflage liegt zuletzt bei 36.000 Exemplaren, das monatliche Defizit beträgt 300.000 DM.



19
73

19
74

EINZELGESELLSCHAFTERIN

Die ddvg wird unter Einbringung der NHP größte Einzelgesellschafterin bei der Verlagsgesellschaft Madsack (HAZ).

MADSACK 
MEDIENGRUPPE

19
75

19
80

HAMBURGER MORGENPOST

Verkauf der „Hamburger Morgenpost“.



19
86

19
89

MITGLIEDERZEITSCHRIFT

Umwandlung des „Vorwärts“ in eine Mitgliederzeitschrift.

RESTITUTION

Erwerb von 40 Prozent der Anteile an der „Sächsischen Zeitung“ und „Dresdner Morgenpost“ als Restitution für von den Nazis enteignetes SPD-Medienvermögen auf dem Gebiet der ehemaligen DDR.



RUNDFUNKRECHT

Um von der Parteienfinanzierungsaffäre der CDU abzulenken, betreibt die Union mit Unterstützung der FDP eine Kampagne gegen die Medienbeteiligungen der SPD. U. a. erlassen mehrere Bundesländer spezielle Rundfunkgesetze mit dem Ziel, den Beteiligungsverlagen der SPD den Zugang zum Privatfunk zu verbauen.

ÖKO-TEST

Erwerb von 50 Prozent der Aktien der ÖKO-TEST-Holding AG.



FRANKFURTER RUNDSCHAU

Einstieg bei der insolvenzgefährdeten „Frankfurter Rundschau“ mit 90 Prozent.



SONDER-RUNDFUNKGESETZGEBUNG

Das Bundesverfassungsgericht erklärt die Sonder-Rundfunkgesetzgebung der konservativ-liberal regierten Länder für verfassungswidrig.

19
91

19
96

20
00

20 20
01 01

20
04

20
06

20
08

dd.vg

DDVG ALS OBERGESELLSCHAFT

Installation der noch heute aktuellen Struktur des Unternehmensbereichs mit der ddvg als Obergesellschaft.



JAHRESÜBERSCHUSS DER DDVG

Der auf dem Nürnberger Parteitag der SPD vorgelegte Finanzbericht weist einen Jahresüberschuss der ddvg in Höhe von 16,9 Mio. € aus.



VERKAUF DER MEHRHEIT

Verkauf der Mehrheit (50 Prozent + 1 Stimme) der „Frankfurter Rundschau“ an M. DuMont Schauberg.





20
09

GLOBALE FINANZKRISE

Im Zuge der globalen Finanzkrise brechen die Werbeerlöse ein. Die durch die Digitalisierung ausgelöste Strukturkrise der Zeitungen verschärft sich erheblich.

INSOLVENZVERFAHREN

Die mehrheitlich von M. DuMont Schauberg gehaltene „Frankfurter Rundschau“ (der ddvg-Anteil liegt bei 40 Prozent) beantragt die Eröffnung eines Insolvenzverfahrens.

20
13



VERÄUSSERUNG

Verkauf des verbliebenen 13-prozentigen Anteils an der „Westfälischen Rundschau“, nachdem die Funke-Mediengruppe im Alleingang die Auflösung der Redaktion beschlossen hatte.

20
15

ALLEINGESELLSCHAFTERIN

Erwerb des Minderheitenanteils an der „Neuen Westfälische Zeitung“, die ddvg ist damit Alleingesellschafterin.



BETEILIGUNG

Der „Nordbayerische Kurier“ wird eine Beteiligung der „Frankenpost“.

20
16



DIGITALE BETEILIGUNGEN

Die digitalen Beteiligungen im Nachhaltigkeitsbereich („Utopia“ und „Avocadostore“) überschreiten die Gewinnschwelle.

20
19

COVID-19-PANDEMIE

Der Beginn der Covid-19-Pandemie führt zu einbrechenden Werbeerlösen im Printbereich, zugleich bedeutet sie aber einen Digitalisierungsschub für alle regionalen Medienhäuser.

20
20

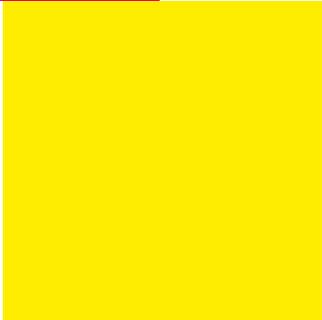
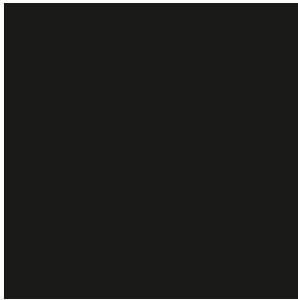


20
21

dd.vg

Umzug der ddvg nach Berlin.

2023



dd.vg . . .

Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH